

■ ■ ■ Социальные медиа в формировании современной повестки дня: феномен «кота Твикса» и «казуса Долиной»

Балелин Е.В., Шульц Э.Э.

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Российская Федерация

Аннотация. Данная статья посвящена функционированию двух теоретических концепций медиакоммуникаций – формирования повестки дня и гейткипинга, генетически связанных друг с другом, на современном этапе развития российского общества. Актуальность обусловлена тем, что проблема формирования повестки дня сегодня приобретает принципиально иные контуры, формирование повестки дня испытывает давление социальных сетей и, в первую очередь, каналов политической направленности, при этом, сами эти каналы подвержены процессам гейткипинга и подпадают под влияние сформированной повестки дня. В данной статье анализируются два ярких примера 2024 года, долго определявших повестку дня, – «история кота Твикса» и «казус Долиной», –демонстрирующие формирование общественной повестки, которая перетекает в медийную, политическую повестку и становится повесткой дня в российском обществе на достаточно долгий период, и которые, в том числе, демонстрируют симбиоз в работе СМИ и социальных медиа в формировании повестки дня. Резонанс общественного мнения на такие события ведет к проявлению протеста, выражающегося в критике конкретных виновников, которая сказывается на негативизации государственных структур и, возможно, власти в целом. Результатом, с одной стороны, становится каналирование протеста, а с другой стороны – формирование единых повесток: общественной, медийной и политической и общей повестки дня, – а также следующее за этим оперативное изменение общественно-политических отношений, отвечающее полностью или частично запросу на восстановление принципа справедливости.

Ключевые слова: повестка дня, гейткипинг, социальные медиа, кот Твикс, «казус Долиной», Telegram-каналы, медиакоммуникации, социальный протест

Для цитирования: Балелин Е.В., Шульц Э.Э. Сторителлинг как инструмент социальнополитической рекламы // Коммуникология. 2026. Том 14. №3. С. 13-21. DOI 10.21453/2311-3065-2026-14-3-13-21.

Сведения об авторах: Балелин Евгений Витальевич – аспирант кафедры коммуникационных технологий Московского государственного лингвистического университета, ORCID: 0009-0008-7079-9694, E-mail: balelin@mail.ru. Адрес: 119034, г. Москва, ул. Остоженка, дом 38, стр.1; Шульц Эдуард Эдуардович, канд. ист. наук, доцент, зав. кафедрой коммуникационных технологий Московского государственного лингвистического университета, ORCID: 0000-0002-9067-6228. 119034, г. Москва, ул. Остоженка дом 38 стр.1. E-mail: nuap1@ya.ru.

Статья поступила в редакцию: 10.07.2026. Принята к печати: 22.09.2026.

Конфликт интересов: отсутствует.

Введение. В данной статье анализируются примеры функционирования двух теоретических концепций медиакоммуникаций – формирования повестки дня и гейткипинга, генетически связанных друг с другом, в современном российском обществе. Проблема формирования повестки дня на современном этапе приобретает принципиально иные контуры [Шульц, 2024]. Формирование повестки дня испытывает давление социальных сетей и, в первую очередь, каналов политической направленности [Чумиков и др. 2025a], при этом, сами эти каналы подвержены процессам гейткипинга и подпадают под влияние сформированной повестки дня [Чумиков и др. 2025b; Шульц, 2026].

Гейткипинг и формирование повестки дня как явление

Концепция гейткипинга базируется на принципе движения информации по коммуникационным каналам, которые «перекрываются» «воротами» (gate – гейт – ворота, англ.), решение об открытии и закрытии которых принимается определенными людьми (gatekeeper – гейткипер – хранитель врат, привратник – с англ.,)

Основы выделения понятия гейткипинга и изучения данного явления уходят корнями в 1940-е гг. Так, К. Левин в исследовании мотивов принятия решений по покупкам американскими домохозяйками впервые использовал термин «gatekeeping» в 1943 г. [Lewin, 1943]. В 1950 понятие из маркетинга перешло на изучение общих процессов медиакоммуникации с трудом Д. Уайта, рассмотревшего процессы фильтрации информационного потока и пришедшего к выводу, что при формировании новостной ленты определяющими факторами для редакторов становятся личные предпочтения, ожидания аудитории и организационные нормы [White].

К. Левин видел процесс гейткипинга, как движение информации от одного «привратника» к другому, где процесс гейткипинга осуществляется либо конкретным человеком, либо самими коммуникативными процедурами [Lewin, 1947]. П. Шумейкер и С. Риз определили эти процедуры как повторяющиеся рутинные, стереотипные действия работников СМИ, которые включают, исключают или перерабатывают информацию [Shoemaker, Reese]. Таким образом, новости формируются на основе информации о событиях, подвергшейся изменениям при прохождении через гейткиперов. В этом процессе создается приоритетность информации и отсеивание части новостей.

Развитие социальных сетей, казалось, привело утрате монополии традиционных СМИ и ослабеванию функций гейткиперов. Вслед за концепцией М. Кастельса авторы стали приходить к выводам о новой эпохе – информационном обществе, в котором ослабевает роль «привратников» [Singer].

Однако достаточно быстро на передний план выдвинулись другие концепции, отмечающие, что гейткипинг никуда не делся, а просто претерпел изменения в новых условиях. Так, К. Барзилай-Нахон выдвинул понятие «сете-

вого привратника» – люди, организации или правительства, имеющие такие возможности и механизмы [Barzilai-Nahon].

П. Шумейкер и Т. Вос подчеркивают, что даже в сетевом обществе неограниченного движения информации пользователи распространяют и комментируют доступные им новости, на основе собственных критериев значимости – ти [Shoemaker, Vos]. Т.е. «привратниками» продолжают быть журналисты (так как информация в современных условиях активно циркулирует между традиционными и новыми медиа) и пользователи социальных сетей.

Использование информации из Сети для собственных публикаций, которые так же уходят в Сеть и распространяются через социальные сети в качестве репостов или информационной основы новых постов, создают новую систему для информационных потоков, которую П. Шумейкер назвал «симбиотической системой гейткиперов» [Shoemaker].

Далее П. Шумейкер делает вывод, что информация может распространяться без традиционных СМИ, а пользователи социальных сетей сами выступают в роли гейткиперов» [Shoemaker].

Однако здесь следует отметить, что т.н. традиционные СМИ сегодня не существуют в том виде, как их привычно трактуют, – все СМИ являются конвергентными, т.е. «ушли в Сеть» и активно распространяют информацию через социальные сети. Часть профессиональных журналистов, кроме того, активно ведет собственные информационные блоги в социальных медиа. Распространение социальных сетей, с одной стороны, снижает влияние журналистов как традиционных институциональных «привратников» [Балелин], с другой стороны, эта роль усиливается в другом статусе, так как социальные сети увеличивают потребление новостного контента, в том числе политического характера¹.

Основой концепции формирования повестки дня, выдвинутой М. Маккомбсом и Д. Шой (agenda-setting) [McComb, Shaw], являются два определяющих постулата. Во-первых, СМИ монопольно контролируют информационные потоки, и общественность получает через них информацию с раскрытием заранее сформированных смысловых комбинаций. Во-вторых, от позиции традиционных СМИ напрямую зависит значимость тех или иных освещаемых прессой событий. Интенсивность и направленность информационного потока, контролируемого СМИ, приводит к формированию прогнозируемого общественного мнения в отношении определенных проблем [Сербина].

Медиатизация общества привела к критике классической концепции [Golan]. Авторы стали указывать на большое влияние общественности в формировании повестки дня через социальные сети [Kim, Lee]. Однако новый виток развития демонстрирует сохраняющуюся популярность т.н. традици-

¹ Информационный марафон: как и зачем россияне читают новости в 2025 году. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-bzor/informacionnyi-marafon-kak-i-zachem-rossijane-chitajut-novosti-v-2025-godu> (дата обращения: 01.03.2026).

онных СМИ [Шульц, 2025] и их влияние на социальные сети и повестку дня [Шульц, 2026].

При этом, существует отмеченный симбиоз в работе СМИ и социальных медиа в формировании повестки дня. Рассмотрим два ярких примера 2024 года, которые смогли «пройти привратников» и долго определяли повестку дня – «история кота Твикса» и «казус Долиной».

Истории соцсетей, «захватившие повестку»

11 января 2024 года проводница поезда, следуя правилам перевозки домашних животных в поездах дальнего следования, высадила из поезда на станции безнадзорного кота. 19 января 2024 года информация о поисках кота Твикса через социальные сети, в том числе через публичные Telegram-каналы, стала быстро распространяться среди аудитории социальных медиа. На поиски кота отправились сотни волонтеров и на следующий день они обнаружили мертвого кота в нескольких километрах от того места, где его видели в последний раз¹.

Возмущенная жестоким обращением с животным аудитория вывела историю кота Твикса на одно из первых мест в информационной повестке дня. Из социальных медиа история кота Твикса попала на страницы всех крупных СМИ. Газета «Коммерсант» опубликовала историю кота Твикса под неоднозначным заголовком «Твари, изменившие правила»². На телеканале Россия выходит репортаж «Гибель кота Твикса расколола общество, но изменила правила»³.

К публичной оценке ситуации с котом Твиксом в информационном поле подключились политические⁴ и общественные деятели⁵. Консолидированное мнение аудитории социальных медиа сводилось на тот момент к тому, что справедливость должна быть восстановлена, а виновники в смерти кота Твикса должны быть наказаны. Аудитория социальных медиа видела в этой ситуации виновниками бортпроводницу и должностных лиц РЖД, которые не предусмотрели в правилах перевозки домашних животных более гуман-

¹ Кот Твикс почему погиб в январе 2024 года – 20 января 2024 | ФОНТАНКА.ру. URL: <https://www.fontanka.ru/2024/01/20/73143650/> (дата обращения: 01.03.2026).

² Твари, изменившие правила – Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6492169> (дата обращения: 01.03.2026).

³ Гибель кота Твикса расколола общество, но изменила правила // Новости на Vesti.ru. URL: <https://www.vesti.ru/article/3767312> (дата обращения: 01.03.2026).

⁴ Депутат прокомментировал ситуацию с выброшенным из поезда котом // РИА Новости, 20.01.2024. URL: <https://ria.ru/20240119/kot-1922336506.html> (дата обращения: 01.03.2026).

⁵ Сенатор усомнился в профпригодности проводницы, выбросившей кота в Кирове // РИА Новости, 20.01.2024. URL: <https://ria.ru/20240119/kot-1922300031.html?in=t> (дата обращения: 01.03.2026).

ного отношения к выявленным безнадзорным животным. Массовый запрос на справедливость, поступивший от аудитории социальных медиа, привел к тому, что по личному поручению председателя Следственного комитета РФ было возбуждено уголовное дело по факту жестокого обращения с животными. Это противоречило действующей уголовно-процессуальной практике, но способствовало снижению социального напряжения в обществе и в итоге через несколько месяцев ожидаемо завершилось прекращением уголовного дела за отсутствием состава преступления. К этому моменту социальный протест относительно ситуации с котом Твиксом исчерпал себя, и внимание аудитории социальных медиа переключилось на другие информационные поводы.

Итогом истории с котом Твиксом стало внесение изменений в правила перевозки домашних животных в поездах дальнего следования, которые обязали работников железной дороги более гуманно относиться к выявленным безнадзорным животным¹.

История кота Твикса демонстрирует, с одной стороны, формирование повестки дня массовым запросом через социальные сети (когда общественная повестка переходит в медийную повестку и в повестку дня). Этот запрос проходит «привратников», потому что является общественно важным и способен привлечь большую аудиторию к публикации. С другой стороны, этот запрос на справедливость является классическим «выпуском пара» в социальной напряженности и социальном протесте [Козер, 2000: 70, 156, 180; Coser, 1970, p. 141-151], на который реагируют политические структуры (переводя тему в политическую повестку, в том числе).

Т.н. «казус Долиной» связан с историей продажи российской певицей в 2024 году квартиры в центре Москвы, в результате которой Лариса Долина заявила, что стала жертвой мошенников, и потребовала через суд признать сделку недействительной. Суд удовлетворил иск Ларисы Долиной и признал за ней право собственности на ранее проданную квартиру, а покупательнице, которая выступала в качестве добросовестного приобретателя квартиры, было отказано в праве на возврат денежных средств. Однако серьезное общественное недовольство, вылившееся вначале в социальные сети, а затем во все СМИ, привело к тому, что Верховный суд РФ принял окончательное решение по данному делу в пользу покупателя квартиры П. Лурье. В начале декабря 2025 года в Государственной Думе были проведены слушания в рамках круглого стола для выработки законодательных инициатив, исключая возникновение аналогичных случаев.

По данным РИА Новости обсуждения «схемы Долиной» стало самым заметным негативным событием блогосферы 2025 года, их совокупные охва-

¹ ФПК изменила порядок действий при обнаружении животных без владельцев в поездах. URL: <https://tass.ru/obschestvo/19855071> (дата обращения: 01.03.2026).

ты приблизились к 100 миллионам просмотров¹. Значимым фактом стало то, что 16 декабря 2025 года в целях восстановления доверия к судебной системе итоговое заседание Верховного суда РФ по делу Долиной транслировалось онлайн в нескольких социальных сетях, в том числе по каналам суда в национальном мессенджере MAX и Telegram. Общие охваты трансляции судебного заседания по делу Долиной составили около 120 тыс. просмотров в течение часа, что стало рекордным для такого контента.

Здесь общественная повестка – поддержка покупателя и протест против решения суда в пользу Л. Долиной – перешла в повестку медийную, затем в политическую повестку, и надолго захватила повестку дня.

Выводы. Приведенные примеры демонстрируют, с одной стороны, спонтанность и непредсказуемость темы, которая может вызвать общественный резонанс, пробить гейткипинг и сформировать повестку дня, с другой стороны – такой резонанс всегда возникает в качестве эмоционального отклика на нарушение принципа справедливости, затрагивающего многих членов общества. Этот резонанс ведет к проявлению протеста, выражающегося в критике конкретных виновников, которая сказывается на негативизации государственных структур и, возможно, власти в целом. В случаях такого протеста нет фактически противостояния с государством, здесь СМИ и политики сами переходят «на сторону протестующих». Результатом, с одной стороны, становится каналирование социального протеста, а с другой стороны – формирование единых повесток: общественной, медийной и политической и общей повестки дня, – а также следующее за этим оперативное изменение общественно-политических отношений, отвечающее полностью или частично запросу на восстановление принципа справедливости.

Источники

Балелин Е.В. (2025). Трансформация процесса гейткипинга в политических коммуникациях, обусловленная развитием социальных медиа // Вопросы медиабизнеса. Т. 4. № 2. С. 39-44.

Козер Л. (2000). Функции социального конфликта /Пер. с англ. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги.

Липпман У. (2025). Общественное мнение. М: Издательство АСТ.

Сербина Г. Н. (2015). Роль Интернета в формировании новостной повестки дня: критический анализ теории agenda-setting. // Вестник Томского государственного университета, № 397. С. 56-59.

Чумиков и др. (2025b). Сетевые инфлюенсеры в бизнесе и политике как гейткиперы медиакommunikационного поля // Знак: проблемное поле медиаобразования. № 2 (56). С. 36-45.

Чумиков и др. (2025a) Telegram как коммуникационная площадка на выборах президента РФ в 2024 г. // Казанская наука. № 4. С. 732-736.

¹ «Схему Долиной» назвали самым крупным негативным событием года в блогосфере. URL: <https://ria.ru/20251202/dolina-2059335367.html>, (дата обращения: 01.03.2026).

Шульц Э. Э. (2024). Медийные принципы формирования повестки дня в современной России // Коммуникационный вектор – 2024. Материалы симпозиума: сборник статей /под ред. А. Н. Чумикова, Э. Э. Шульца. М.: Блок-Принт. С. 241-251.

Шульц Э.Э. (2025). Современные медиакоммуникации: управление доверием к информации // Журналист. Социальные коммуникации. № 2. С. 65-68.

Шульц Э.Э. (2026). Телеграм-каналы в формировании повестки дня в современной России // Русская политология. 2026. № 1 (38). С. 31-39.

Barzilai-Nahon K. (2008). Toward a theory of network gatekeeping: A framework for exploring information control // Journal of the American society for information science and technology. Vol. 59. No. 9, pp. 1493-1512.

Coser L.A. (1970). The Termination of Conflict // Readings in Social Evolution and Development / Ed. by Eisenstadt S.L. N.-Y.: Elsevier Science & Technology, pp. 141-151.

Golan G.J. (2014). Agenda-setting in a 2.0 World: New Agendas in Communication // Journal of Broadcasting & Electronic Media. Vol. 58(3), pp. 476-477.

Kim S.T., Lee Y.H. (2006). New functions of Internet mediated agenda-setting: Agenda-rippling and reversed agenda-setting // Korean Journal of Journalism & Communication Studies. No.50 (3), pp. 175-205.

Lewin K. (1943). Forces behind food habits and methods of change // Bulletin of the national Research Council. Vol. 108. No. 1043, pp. 35-65.

Lewin K. (1947). Frontiers in group dynamics: Concept, method and reality in social science; social equilibria and social change // Human relations. Vol. 1. No. 1, pp. 5-41.

McCombs M.E., Shaw D.L. (1972). The agenda-setting function of mass media // Public Opinion Quarterly. Vol. 36, pp. 176-187.

Singer J.B. (2006). Stepping Back from the Gate: Online Newspaper Editors and the Co-Production of Content in Campaign 2004. Journalism & Mass Communication Quarterly. No. 83(2), pp. 265-280.

Shoemaker P.J., Reese S.D. (1996). Mediating the message. White Plains. New York: Longman, pp. 781-795.

Shoemaker P.J., Vos T.P. (2009). Gatekeeping Theory. New York: Routledge.

Shoemaker P.J. (2020) Gatekeeping and Journalism // Oxford Research Encyclopedia of Communication. URL: <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-819> (дата обращения 01.03.2026).

White D.M. (1950) The "gate keeper": A case study in the selection of news // Journalism quarterly. Vol. 27. No. 4, pp. 383-390.

■ ■ ■ Social media in the formation of the contemporary agenda: the phenomenon of «cat Twix» and «incident of Dolina»

Balelin E.V., Shults E.E.

Moscow State Linguistic University. Moscow, Russia

Abstract. This article is devoted to the functioning of two theoretical concepts of media communications – agenda formation and gatekeeping, genetically related to each other, at the current stage of development of Russian society. The relevance is due to the fact that the problem of forming the agenda today is acquiring fundamentally different contours, the formation of the agenda is under pressure from social networks and, first of all, political channels, while these channels themselves are subject to gatekeeping processes and fall

under the influence of the formed agenda. This article analyzes two striking examples of 2024 that have long defined the agenda – «the story of the cat Twix» and «incident of Dolina», which demonstrate the formation of a public agenda that flows into the media, political agenda and becomes the agenda in Russian society for a fairly long period, and which, among other things, demonstrate symbiosis in the work of the media and social media in shaping the agenda. The resonance of public opinion on such events leads to a manifestation of protest, expressed in criticism of specific culprits, which affects the negativization of state structures and, possibly, the authorities as a whole. The result, on the one hand, is the channeling of protest, and on the other hand, the formation of unified agendas: public, media and political and common agendas – as well as the subsequent operational change in socio-political relations, which meets in whole or in part the request for the restoration of the principle of justice.

Keywords: agenda, gatekeeping, social media, cat Twix, “incident of Dolina”, Telegram channels, media communications, social protest.

For citation: Balelin E.V., Shults E.E. Social media in the formation of the contemporary agenda: the phenomenon of «cat Twix» and «incident of Dolina» // *Communicology*. 2026. Vol. 14. No. 3, pp. 13-21. DOI 10.21453/2311-3065-2026-14-3-13-21.

Inf. about the authors: Balelin Evgeny Vitalievich, Postgraduate Student, Department of Communication Technologies, Moscow State Linguistic University. ORCID: 0009-0008-7079-9694. *E-mail:* balelin@mail.ru. *Address:* 38/1, Ostozhenka, Moscow, Russia, 119034; Shults Eduard Eduardovich, PhD in History, associate professor, Head of the Department of Communication technology, Moscow State Linguistic University. ORCID: 0000-0002-9067-6228. *E-mail:* nuap1@ya.ru. *Address:* 38/1 Ostozhenka, Moscow, Russia, 119034

Received: 10.07.2026. *Accepted:* 22.09.2026

References

- Balelin E.V. (2025). Transformation of the gatekeeping process in political communications caused by the development of social media. *Issues of media business*. Vol. 4. No. 2, pp. 39-44. (in Rus.).
- Barzilai-Nahon K. (2008). Toward a theory of network gatekeeping: A framework for exploring information control. *Journal of the American society for information science and technology*. Vol. 59. No. 9, pp. 1493-1512.
- Chumikov et al. (2025a) Telegram as a communication platform in the presidential elections in 2024. *Kazan science*. № 4, pp. 732-736. (in Rus.).
- Chumikov et al. (2025b). Network influencers in business and politics as gatekeepers of the media communication field. *Sign: the problem field of media education*. № 2 (56), pp. 36-45. (in Rus.).
- Coser L. (2000). *Functions of social conflict*. M.: Idea-Press, House of Intellectual Books. (in Rus.).
- Coser L.A. (1970). *The Termination of Conflict*. Readings in Social Evolution and Development / Ed. by Eisenstadt S.L. N.-Y.: Elsevier Science & Technology, pp. 141-151.
- Golan G.J. (2014). Agenda-setting in a 2.0 World: New Agendas in Communication. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Vol. 58(3), pp. 476–477.
- Kim S.T. & Lee, Y.H. (2006). New functions of Internet mediated agenda-setting: Agenda-rippling and reversed agenda-setting. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*. Vol.50 (3), pp. 175–205.
- Lewin K. (1943). Forces behind food habits and methods of change. *Bulletin of the national Research Council*. Vol. 108. No. 1043, pp. 35-65.

Lewin K. (1947). *Frontiers in group dynamics: Concept, method and reality in social science; social equilibria and social change*. Human relations. Vol. 1. No. 1, pp. 5-41.

Lippman U. (2025). *Public opinion*. Moscow. AST Publishing House. (In Rus.).

McCombs M.E., Shaw D.L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 36, pp. 176-187.

Serbina G. N. (2015). The role of the Internet in shaping the news agenda: a critical analysis of the agenda-setting theory. *Bulletin of Tomsk State University*. No. 397, pp. 56-59. (In Rus.).

Shoemaker P. J. (2020). Gatekeeping and Journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Retrieved 01 March 2026. URL: <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-819>.

Shoemaker P. J., Reese S. D. (1996). *Mediating the message*. White Plains, NY: Longman, pp. 781-795.

Shoemaker P.J., Vos T.P. (2009). *Gatekeeping Theory*. New York: Routledge.

Shults E.E. (2024). Media principles of agenda formation in modern Russia. *Communication vector – 2024. Materials of the symposium: collection of articles*. edited by A. N. Chumikov, E. E. Shults. Moscow. Blok-Print, pp. 241-251. (in Rus.).

Shults E.E. (2025). Contemporary media communications: managing trust in information. *Journalist. Social communications*. № 2, pp. 65-68. (in Rus.).

Shults E.E. (2026). Telegram channels in the formation of the agenda in modern Russia. *Russian Political Science*. 2026. № 1 (38), pp. 31-39. (In Rus.).

Singer, J. B. (2006). Stepping Back from the Gate: Online Newspaper Editors and the Co-Production of Content in Campaign 2004. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. No. 83(2), pp. 265-280.

White D. M. (1950). The «gate keeper»: A case study in the selection of news. *Journalism quarterly*. Vol. 27. No. 4, pp. 383-390.